

# CopenPay Partner Onboarding

## Hvad er CopenPay?

CopenPay er Københavns belønningsmodel, hvor både turister og lokale får adgang til oplevelser, fordele og aktiviteter i byen, når de gør noget ansvarligt. Det kan fx være at cykle, sortere affald, vælge grøn transport, ankomme med tog, blive læn- gere eller deltage i lokale fællesskaber.

Som partner bidrager du til at skabe en bedre by – samtidig med at du får synlighed og stærke fortællinger om ansvarlighed.

## Hvordan kan I være med?

### 1. Action/Reward-partner

Som action/reward-partner designer I et CopenPay-koncept, der består af:

- **En ansvarlig handling (action)**, som gæsten skal udføre
- **En belønning (reward)**, som I tilbyder, når handlingen er gennemført

I kan:

- Udvikle konceptet selv.
- Udvikle det i samarbejde med andre partnere.

En action/reward-koncept kan være alt fra en lille oplevelse, en smagsprøve eller adgang til noget særligt – til workshops, guidede ture, events m.m.

### Krav: Kommunikation

Hvis I tilbyder en action/reward, forpligter I jer **også** til at være kommunikations-partner.

Det sikrer, at gæsterne faktisk opdager jeres bidrag og forstår, hvordan de deltager.

### 2. Kommunikationspartner

Som kommunikationspartner hjælper I med at gøre CopenPay synligt i bybilledet.

Det kan være gennem fx:

- Skærme og skilte
- Sociale medier
- Synlighed på jeres venue
- Nyhedsbreve
- Medarbejderkommunikation

- Ejeres egne netværk
- Andre flader, kanaler, netværk eller lignende

Kommunikation er helt central for at drive deltagelse og gøre det let for både turister og lokale at være med.

### **Hvem kan være kommunikationspartner?**

Alle, der ønsker at styrke fortællingen om ansvarlige handlinger i København – uanset om man tilbyder en belønning eller ej.

Men:

**Tilbyder man en action/reward, opfordrer vi til at man også er med som kommunikationspartner.**

Det gør konceptet tydeligt, skaber bedre kunderejser og sikrer, at indsatsen faktisk bliver brugt.

### **Hvorfor være med? – What's in it for me?**

At være partner i CopenPay giver jer både strategisk værdi og konkrete fordele:

- **Styrket positionering**  
Bliv del af en ambitiøs og internationalt anerkendt fortælling om ansvarlige handlinger i København – noget både medarbejdere, gæster og samarbejdspartnere værdsætter.
- **Synlighed i et stærkt initiativ**  
Jeres bidrag bliver en del af CopenPays markedsføring, hvor vi fortæller historier om aktører, der gør noget ekstra for byen.
- **Intern stolthed og engagement**  
CopenPay skaber noget meningsfuldt, som medarbejdere kan være stolte af at bidrage til. Mange partnere bruger det internt som en måde at styrke kultur, engagement og formål.
- **Forankring i ansvarlig praksis**  
I får et konkret format til at omsætte jeres værdier om ansvarlighed til handling – og vise det over for både medarbejdere og omverdenen.
- **Et stærkt partnerfællesskab**

CopenPay samler aktører på tværs af kultur, attraktioner, gastronomi, mobilitet, erhverv og civilsamfund. Her opstår idéer, samarbejder og relationer, som rækker ud over initiativet.

- **Lav indgangsbarriere – fleksibel indsats**

Man kan være med på forskellige niveauer, alt efter ressourcer og kapacitet. Det er let at afprøve et koncept og bygge videre, hvis det giver værdi for jer.

### **Best Practice – Eksempler fra tidligere år**

Her er nogle eksempler på effektfulde CopenPay koncepter fra tidligere sæsoner. De viser, hvor forskellige formater kan være – og hvor enkelt en stærk action/reward kan bygges op.

#### **Too Good To Go – belønning for togrejsende**

Rejsende, der ankom til Danmark med tog, kunne få en gratis pose overskudsmad fra Too Good To Go som reward.

**Handling:** ankomme ansvarligt med tog

**Belønning:** gratis Too Good To Go pose

#### **Naturpark Amager: fjern invasive planter - få frokost**

Gæster deltog i en hands on naturindsats ved at fjerne invasive planter i området.

**Handling:** fjerne invasive planter

**Belønning:** gratis frokostsalat efter indsatsen

#### **GoBoat: saml skrald fra vandet- få en gratis bådture**

Deltagerne samlede affald på vandet som en del af deres oplevelse.

**Handling:** Samle skrald på turen

**Belønning:** Bådturen blev gratis

#### **Zoku Hotel: aflever genbrug - få en drink**

Gæster afleverede ét stykke tøj til genbrug for at være med.

**Handling:** aflever genbrug

**Belønning:** gratis drikkevarer i Zokus bar

#### **Scandic & Nordic Ocean Watch – fire fælles skraldeevents + saunagus**

Scandic og Nordic Ocean Watch gik sammen om at aktivere lokale og turister i fire skraldeevents.

**Handling:** samle skrald

**Belønning:** gratis saunagusoplevelse

## Opsummering – det vigtigste at huske

De ovenstående eksempler viser, hvor forskelligt et CopenPay-koncept kan se ud.

Fælles for alle succesfulde formater er:

### 1. Action og reward hænger tæt sammen

Handling og belønning skal være logisk og tæt forbundne og lette at forklare.

Hvis gæsten forstår konceptet på få sekunder, bliver det oftere brugt – både af turister og lokale.

### 2. Det skal være enkelt for både gæster og medarbejdere

En CopenPay-oplevelse fungerer bedst, når:

- handlingen er tydelig
- belønningen er nem at indløse
- medarbejdere let kan forklare, hvad man skal gøre

Jo mindre friktion, desto større engagement.

### 3. Eksemplerne er kun inspiration – der er mange måder at være med

Partnerskaber kan være små eller store, enkle eller mere komplekse, individuelle eller fælles.

Man kan skabe et koncept alene eller sammen med andre – og man kan altid tænke i nye formater.

### 4. Ansvarlige handlinger er mere end grøn omstilling

I CopenPay arbejder vi bredt med ansvarlighed. Det kan være handlinger, der bidrager til:

- **det grønne** (affald, transport, natur, biodiversitet)
- **det sociale** (ensomhed, lokale fællesskaber, hjemløshed, mødet mellem mennesker)
- **byen** (spredning af turister, vejvisning, nye steder, kultur, lokale miljøer)

## Principper for et godt CopenPay bidrag

### Et godt CopenPay-koncept skal være:

**1. Simpelt**

Det skal være let at forstå – både for gæsterne og for jer.

**2. Nem at udføre**

Handling + belønning = en klar oplevelse uden friktion.

**3. Ansvarligt**

Konceptet skal styrke byen – fx gennem transportvalg, affald, natur, sundhed, lokale møder eller kultur.

**4. Relevant for jer**

Det skal give mening for jeres brand, sted eller målgruppe.

**5. Skalerbart**

I kan starte i lille skala og bygge det større, hvis det fungerer.

### 5 trin til at blive partner

**1. Vælg hvordan I vil være med**

Belønning? Event? Workshop? Lokation? Nyt koncept?

**2. Beskriv jeres bidrag**

Hvad får gæsterne? Hvor? Hvor ofte? Hvor mange?

**3. Afstem praktikken med CopenPay-teamet**

Vi sikrer, at alt er nemt for jer – og forståeligt for gæsterne.

**4. Bliv en del af kampagnen**

Vi onboarder jer til platformen, markedsføringen og kommunikationen.

**5. Aktiver når sæsonen går live**

Nyd synlighed, flere gæster og nye relationer.

Vi har derudover lavet nogle guidelines i forhold til at udvikle aktiviteter. De skal ses som guidelines og IKKE regler:-)

### Gode guidelines til udvikling af en stærk CopenPay-aktivitet:

- **Skaber positiv værdi for destinationen**

Aktiviteten skal bidrage til, at gæsterne efterlader byen i bedre stand, end da de kom — socialt, miljømæssigt eller kulturelt.

- **Undgå åbenlys promovoring forklædt som belønning**
- **Begræns udlevering af nye, fysiske produkter**  
**Fysiske giveaways er som udgangspunkt ikke tilladt, hvis de kræver ny produktion eller genererer ekstra affald.**
  - *OK:* Genbrug, upcycledede materialer eller produkter, der allerede eksisterer.
- **Belønningen skal være unik for CopenPay-gæster**  
**Rabatter eller fordele skal være eksklusive og ikke identiske med andre offentlige tilbud.**
  - Dvs.: Ikke en rabat, man allerede kan få via nyhedsbreve, kampagner eller medlemsklubber.
- **Skal give reel værdi for gæsten**  
**De stærkeste aktiviteter føles betydningsfulde og giver noget unikt til gæsten.**
- **Aktiviteten skal være let at deltage i**  
**Enkle aktiviteter der er lette at deltage i, klarer sig bedst**
- **Understøtter CopenPay's formål og narrative ramme**  
**Aktiviteten kan være med til at styrke handlinger, der:**
  - Fremmer bæredygtighed
  - Skaber gode møder mellem mennesker
  - Styrker lokal forankring og ansvarlig adfærd
  - Forlænger ophold eller opmuntrer til at udforske byen på nye måder